

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan kajian tentang skripsi berjudul “Analisis Implementasi Promosi *Online* dalam Meningkatkan Penjualan Produk (Studi Kasus Pada Kopi Muria Wilhelmina), maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Strategi Promosi yang diterapkan pada kopi Muria Wilhelmina yakni strategi bauran promosi dan menggunakan promosi *online*. Salah satu yang membuat kemajuan dari kegiatan promosi kopi Muria Wilhelmina ialah promosi *online* yang dimana kopi Muria Wilhelmina dikenal banyak masyarakat luas. Promosi *online* yang diterapkan kopi Muria Wilhelmina melalui sosial media seperti *instagram* dan *juga whatsapp*. Sedangkan untuk *marketplace* seperti *tokopedia*, *shopee*, dan *bukalapak*. Adapun kaitannya dengan promosi *online* kopi Muria Wilhelmina menggunakan beberapa metode dalam periklanannya meliputi promosi dalam mendapatkan pelanggan baru, promosi dalam mengkomunikasikan produk, dan promosi dalam meningkatkan jumlah konsumen pada produk yang sudah dikenal.
2. Promosi *online* dalam meningkatkan penjualan produk memiliki beberapa faktor yang mempengaruhi pilihan metode promosi yang diterapkan pada kopi Muria Wilhelmina antara lain : *Pertama*, tujuan dari promosi produk dengan mengangkat nama kopi Muria sebagai ciri khas daerah pegunungan Muria. *Kedua*, jenis produk yang digunakan berupa produk yang bisa digunakan oleh konsumen tingkat akhir. *Ketiga*, sumber daya perusahaan yang dimiliki meliputi karyawan, dan juga teknologi yang digunakan seperti mesin, laptop, serta handphone. *Keempat*, siklus hidup produk menggunakan strategi yang diterapkan memberikan dampak yang cukup baik bagi kopi Muria Wilhelmina. *Kelima*, ukuran pasar dalam menargetkan pelanggan dari mulai para wisatawan, toko oleh-oleh, maupun pasar lokal. *Keenam*, strategi dalam penetapan harga berdasarkan pertimbangan pasar dan mempertimbangkan semua biaya produksi kopi Muria Wilhelmina.

B. Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari masih banyak keterbatasan dalam penyusunan skripsi ini diantaranya sebagai berikut:

1. Keterbatasan literatur *review* yang digunakan peneliti dalam menyesuaikan teori pada penelitian ini.
2. Keterbatasan waktu, obyek, biaya serta tenaga yang belum seluruhnya maksimal dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Keterbatasan pengetahuan peneliti dalam penyusunan skripsi ini sehingga perlunya pengkajian kembali untuk kedepannya.

C. Saran-saran

Berdasarkan hasil simpulan dari penelitian diatas, peneliti memiliki saran sebagai berikut:

1. Kopi Muria Wilhelmina hendaknya lebih memprioritaskan promosi *online* dalam kegiatan pemasarannya, untuk menunjang perluasan konsumen dalam mengenalkan produk kopinya. Dalam periklananpun harus ditekankan mengingat peluang dalam mengkomunikasikan produk dengan konsumen merupakan hal terpenting bagi kebutuhan pemasaran.
2. Faktor yang mempengaruhi pilihan metode promosi kopi Muria Wilhelmina kaitannya dengan sumber daya perusahaan, hendaknya usaha ini menambahkan karyawan lagi dalam membantu aktivitas pemasarannya. Harapannya dengan adanya penambahan karyawan, *founder* tidak hanya terfokus menggarap pemasaran kopi ini